

Publicação quadrienal - Distribuição gratuita - Jan. / Abr. 2010 - nº10

CigarWorld

The best of life

pág.4

Ernst Schneider

A globalização da Davidoff

pág.6/7

Plasencia

Raízes no tabaco há 159 anos

pág.3

Te-Amo

Nova geração de charutos



Editorial

O Charme Discreto das Multinacionais

Neste número homenageamos Ernst Schneider, falecido no passado mês de Outubro na sua Suíça natal. Certamente, muitos perguntarão quem terá sido, pois não se trata propriamente de uma figura pública.

Ernst Schneider foi o homem que transformou a Davidoff numa marca mundialmente reconhecida; sem ele, o nosso querido Zino, muito provavelmente, não passaria de uma figura pitoresca conhecida de uns tantos aficionados; com ele, a mítica loja de Genebra deu origem a um negócio de 1,3 mil milhões de euros espalhado por 35 países.

O que faz deste homem um exemplo foi a forma como soube transformar os detalhes de um negócio num negócio global de detalhes, potenciando a "joie de vivre" do seu criador e difundindo uma filosofia singular com respeito pelos seus valores e particularidades.

A economia actual funciona assim, globalização "oblige", sempre que um negócio se destaca pela diferença, inovação ou impacte nos consumidores alguém tenta maximizar essa vantagem competitiva em grande dimensão. A realidade "tabacalera" não é excepção. Nestor Plasencia, produtor de 50 marcas de charutos diferentes, para além da sua própria (pág. 6), acaba de ceder 20% da sua empresa à poderosa Swedish Match, já detentora da General Cigars, que produz as marcas não cubanas da Partagas, Hoyo de Monterey ou Cohiba. As fábricas de Carlos Torraño foram adquiridas pela Scandinavian Tobacco, líder mundial de cigarrilhas. Até a nossa emblemática Casa Havanesa, depois de vendida à multinacional espanhola Altadis, parceira do governo cubano na Habanos SA, viu-se agora integrada na Imperial Tobacco, o maior grupo mundial do sector.

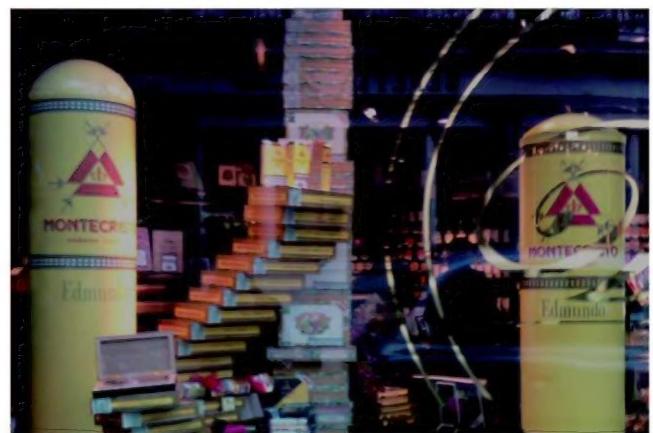
Infelizmente, nem todos os exemplos são tão positivos como o de Schneider e da sua Davidoff. Em muitos casos, a distância entre a gestão de topo e o dia-a-dia e a falta de sensibilidade dos novos chefes para as especificidades do negócio fazem com que se perca a essência do sucesso original. Cabe aos consumidores separar o trigo do joio.■

Escapadela a Londres

Um fim-de-semana é quanto basta para uma visita a uma das cidades mais fascinantes do mundo. Se puder, escolha um hotel bem no centro. Assim, não se preocupa com deslocações demoradas durante o dia e pode passear pelas ruas iluminadas durante a noite, enquanto desfruta do seu charuto.

O Courthouse Hotel (19-21, Great Marlborough Street), por exemplo, revelou-se uma excelente opção. Situado nas traseiras de Oxford Circus, é tranquilo q.b. e permite cobrir a pé uma área cheia de pontos de interesse. Mesmo à sua frente ficam os armazéns Liberty's, os mais antigos de Londres e os menos frequentados por turistas. A seguir, temos a Carnaby Street, uma rua paralela a Regent Street, mas um paraíso de compras alternativas.

Descendo em direcção a Piccadilly, passe pela famosa Savile Row e conheça os melhores alfaiates do mundo, ou pela Old Bond Street e veja as novidades das lojas de luxo. Finalmente, vire para a St. James Street e conheça duas das mais famosas lojas de charutos do mundo. Na primeira esquina encontra a loja Davidoff, um clássico com uma oferta ecléctica de acessórios, whiskies de maltes e charutos cubanos. Mais abaixo, a J.J.Fox é de visita obrigatória, quer pelo seu Museu (pág. 4), quer pela cave de charutos bem cuidada. Boa Viagem.■



Te-Amo Nova geração de charutos

A tradição da família Turrent na plantação de tabaco remonta ao ano de 1880, mas foi apenas em 1963 que a quarta geração, liderada por Alberto Turrent IV, iniciou a manufactura de charutos, beneficiando do embargo americano a Cuba. Estabelecida no Vale de San Andrés, no México, caracterizado por solos ricos e vulcânicos, a produção concentrava-se num único tipo de tabaco, o San Andrés Negro. Esta folha escura, picante e com sabor algo terroso marcou quase todas as primeiras linhas da marca.

Apesar da notoriedade atingida nas décadas seguintes, no final dos anos noventa, a empresa viu a sua morte anunciada com a proibição pelo governo mexicano da importação de folhas de outros países. Esta limitação contrasta com a situação dos seus concorrentes. De facto, nos últimos anos, as grandes marcas mundiais, como a Arturo Fuente, a Oliva, a Ashton ou a Davidoff elaboraram os seus charutos com blends cada vez mais complexos, misturando folhas de tabaco de África, Nicarágua ou Equador.

Assim, coube à quinta geração, representada por Alexandre Turrent, relançar internacionalmente a marca com uma reestruturação da produção. Em primeiro lugar, para tornar as restrições, escolheu plantar dois híbridos de semente cubana, o Criollo 98 e o Corojo 98. Fortemente resistentes às doenças da planta, estes tabacos foram escolhidos para lançar a linha "World Selection Series Cuba Blend", mais adaptada ao gosto dos novos apreciadores de charutos.

Usando folha de tabaco com maturações sempre superiores a três anos, a Te-Amo implementou um novo sistema de controlo de qualidade para garantir a uniformidade da liga escolhida. No campo, cada grupo de folhas, tipo de tabaco, zona da quinta e posição da folha na planta é agora registada para se elaborarem as "pacas" de tabaco com as mesmas características dos anos anteriores. A isso acresce a colaboração única, ao longo de vários anos, de uma empresa italiana de armazéns de maturação estanques, com temperaturas e humidades rigorosamente controladas, com a finalidade de obter capas mais finas e oleosas.

A nova geração de charutos Te-Amo são a prova de que uma marca pode ser reinventada lutando contra o próprio governo e a legislação em vigor. Hoje, a empresa produz mais de cinco milhões de charutos por ano e é o maior fabricante de charutos manufacturados no México. Exporta cerca de oitenta por cento para mais de quarenta países e a sua relação qualidade-preço é, sem dúvida, o ponto forte. A força desta família com a marca Te-Amo que representa o "não desistir" terá muitos apreciadores a inverter-lhe o nome.■



J. J. Fox

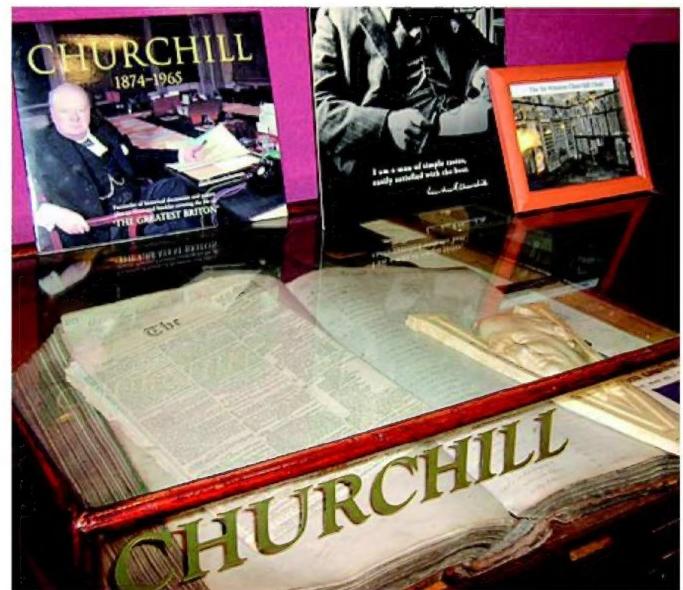
Um refúgio de cultura e tradição

Bem-vindos ao Museu de charutos Freddie Fox. Uma pequena sala cheia de memórias e relíquias situada na loja mundialmente famosa J.J. Fox, aberta no nº19 da St. James Street, Londres, desde 1787. Esta sala-museu justifica-se precisamente pelos modestos 223 anos de tradição associados à loja, por onde passaram, e voltaram, inúmeros clientes famosos, como Winston Churchill ou Oscar Wilde, para além da realeza britânica. O negócio começou com Robert Lewis, tendo sido adquirido pela J.J. Fox em 1992, uma empresa do mesmo ramo, mas com origens em Dublin no ano de 1881. Actualmente, a loja tem sucursais nos famosos armazéns Harrods e Selfridges. O espaço tem a particularidade de ter sido excluído da lei anti-tabágica, o que permite aos clientes degustarem os charutos nos sofás do hall de entrada.

No andar subterrâneo da loja situa-se o nosso pequeno museu cheio de surpresas. As vitrinas estão recheadas de artigos que remontam ao séc. XVIII. Aí é possível ver-se a caixa de charutos mais antiga do mundo, contendo os charutos originais, uns Las Cabanas da primeira caixa que chegou ao Reino Unido em 1851. Ou a última caixa sobrevivente de uma marca extinta, a Luis Marx, ou, ainda, uma caixa de Romeo y Julieta Casa Reales 100, feitos especialmente para a J.J. Fox. Impressionante, também, é a quantidade de "By appointment" dados pelos monarcas britânicos, mas também por outros, como Napoleão III.

Mas o mais curioso são os destaques de Churchill e Wilde. De Wilde, até podemos ver uma nota de dívida pendente do tribunal referente a compras feitas entre Setembro de 1892 e Junho de 1893. De Churchill, cliente entre 1900 e 1964, temos as listas de pedidos, algumas caixas e acessórios, e mesmo o cadeirão onde escolhia tranquilamente os seus charutos. Imperdível.■

A entrada é gratuita e está aberto de Segunda a Sábado das 9.30 às 17.30



Ernst Schneider

A globalização da Davidoff

Ernst Schneider foi o homem que acreditou que a marca Davidoff poderia ser uma das marcas mundiais mais fortes no segmento dos charutos. Na origem estava Zino Davidoff e a sua loja em Genebra, aberta em 1930 após alguns anos de viagem pelos principais países produtores de folhas de tabaco. Esta loja e os seus charutos eram reconhecidos em todo o mundo e Zino recebia pessoalmente grande parte dos seus clientes.

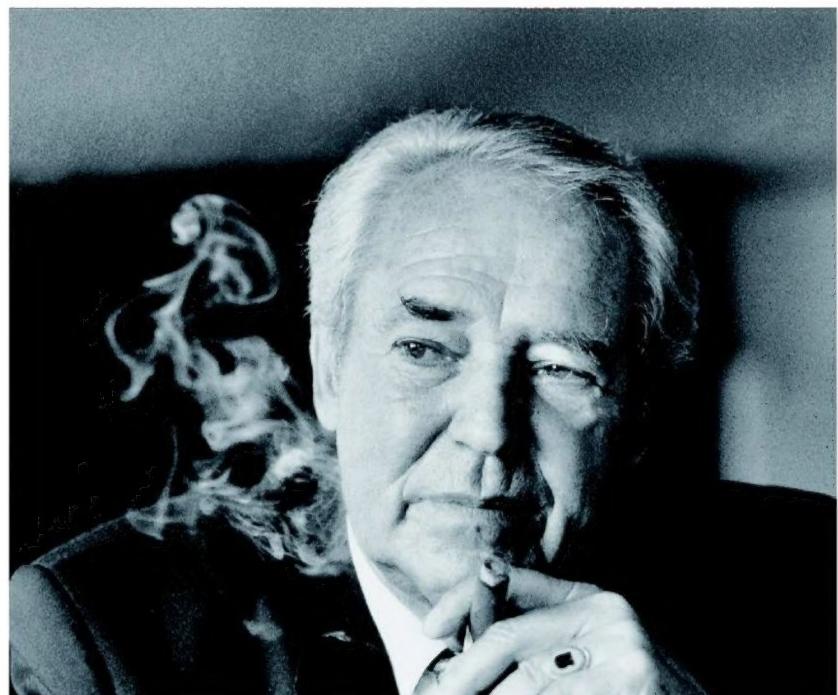
Em 1990, com 64 anos, Zino vendeu a sua marca ao Grupo Oettinger, liderado por Ernst Schneider. Advogado de profissão, tinha já na sua carreira quinze anos de experiência no mundo do tabaco como director da empresa do seu sogro, a Max Oettinger AG, fundada em 1875, e que se dedicava exclusivamente à importação e exportação de tabaco. Natural de Basileia, para onde transferiu a sede da Davidoff, de imediato enfrentou a pior crise da marca. Graves divergências com Cuba, onde os seus charutos eram feitos desde 1967, obrigaram-no, em poucos meses, a reiniciar toda a actividade produtiva na República Dominicana.

Desde 1990, a Oettinger Davidoff cresceu e chega, hoje, a praticamente todos os países do mundo. Ao negócio dos charutos juntam-se o dos perfumes, roupa, artigos em pele, acessórios de fumador, cigarros, café, etc. Os últimos dados, de meados do ano passado, indicavam uma facturação de mais de 1300 milhões de euros, com 3.700 empregados espalhados pelo mundo, nas suas trinta e uma empresas subsidiárias. Foi ainda Ernst que esteve no palco da maior transação da empresa, a venda dos direitos dos cigarros Davidoff à companhia inglesa Imperial Tobacco, pela módica quantia de 540 milhões de euros.

Simpático, afável e discreto, tivemos oportunidade de conversar com ele algumas vezes.

Ouvimos a sua visão da empresa com o lançamento e aquisição das novas marcas Avo, Griffin's, Zino Platinum, e, na derradeira vez, tomámos juntos o último café Davidoff, no lançamento da marca Winston Churchill, em Las Vegas.

A sua morte em Outubro, aos 88 anos, deixa aos comandos da Davidoff o seu braço direito e co-chairman, Dr. Reto Cina, e duas das suas filhas, que seguirão seguramente a sua conduta “poucos passos inovadores mas sempre muito seguros” ■



Plasencia

Raízes no tabaco há 159 anos

Quase todas as grandes famílias do mundo do charuto passaram parte da vida, ou mais de uma geração, naquela que foi a maior escola para os produtores de folhas de tabaco, a ilha de Cuba. A família Plasencia não foge à regra, mas o seu percurso é surpreendente.

Em 1850, Santiago Plasencia, acompanhado de dois irmãos, parte das Canárias à descoberta de Cuba, onde tinha conhecimento da existência das melhores vegas para o cultivo do tabaco. Aí escolheram o território de San Luiz, famoso pelas suas capas, na zona de Vuelta Abajo. Durante décadas reuniram-se naquela zona vizinhos cujos nomes e marcas são hoje referências mundiais – Oliva, Camacho, Eiroa, Toraño.

Após dezenas de anos de cultivo, em 1920, Sixto Jr. Plasencia junta os seus irmãos e criam uma empresa denominada Hijos de Sixto Plasencia, S.A. Ao longo de mais de duas décadas dedicaram-se à venda de capas para a empresa americana Cuban Land Company, a maior fabricante de tabacos manufacturados até à Segunda Guerra Mundial. Com a guerra emergiram novos clientes, os Oliva, os Toraño e os Menendez, da fábrica de charutos Partagás, à data os maiores exportadores de Cuba. Mas 3 de Outubro de 1963, marca o fim da jornada naquele país, as nacionalizações ordenadas

por Fidel Castro levaram os carros, o dinheiro dos bancos, as terras, os tractores e a casa.

Em 1965, Nestor Plasencia, consegue retirar toda a família de Cuba para o México. Daí parte para as Honduras, terra onde se semeava já tabaco para charutos, e cujo governo acolhia com bons olhos todos os que trabalharam naquele ramo. Em pouco menos de um mês, obteve os vistos e desembarca na capital Tecigualpa. Procurando terras para cultivar, acabou por alugar dois hectares de terra na região de Dali. Mais tarde, repetiu a proeza do outro lado da fronteira, em Esteli, na Nicarágua. Também neste país, Nestor completa os estudos superiores, obtendo a licenciatura em Agronomia. Aos hectares alugados juntou mais alugueres e nos anos setenta já detinha, em ambos os países, mais de cem hectares de terras.



Abastecendo de tabaco em rama as grandes companhias, decidiu mudar o rumo à sua empresa e partir para uma empresa vertical, onde desde a semente até à embalagem tudo passaria pelas suas empresas. Em 1985, com dinheiro da banca, inaugura a fábrica de onde sairiam os primeiros charutos manufacturados. Repensa as plantações e muda com sucesso para sementes cubanas, mais do agrado do gosto dos fumadores mais exigentes. Desde então, crescendo ano após ano, Nestor Plasencia e o seu filho Nestor Plasencia Jr. foram acumulando marcas das quais eram produtores, sem nunca se envolveram na sua comercialização.

Finalmente, em 2008, decidem dar a cara ao mundo com uma marca com o seu apelido – Plasencia. Procurando algo inovador, durante anos estudou a agricultura biológica e consegui obter, sem recurso a quaisquer químicos, folhas de capa e tripa de excelente qualidade. Com orgulho, escolhemos de Nestor Plasencia, tido como um dos melhores cosecheros de tabaco de semente cubana, a última criação fruto da paixão de anos de trabalho – os Plasencia Reserva Orgânica.■

Nota do Director: Muito bem construídos, são equilibrados até ao último terço e revelam uma complexidade de aroma e sabor surpreendentes. Não deixe de os provar.



TopAvulsos Cubanos



Drappier Brut Nature

Champagne puro e duro

Há muito, muito tempo, que não oferecíamos um champanhe na nossa selecção. Para nos redimir de tal pecado, sabíamos que teríamos de apostar em grande, de oferecer um champanhe imponente que permitisse compensar a longa ausência. Provámos muitos champanhes de pequenos produtores, sempre de casas independentes, até chegarmos a uma conclusão definitiva... A empatia foi instantânea logo que chegou a vez dos champanhes da casa Drappier, enfeitiçados por um misto de elegância e vigor transmitida pelo carácter profundo dos vinhos. Mas enfim, o que esperar de uma pequena casa com um pouco mais de duzentos anos de história, localizada em Urville, numa abadia do século XII, uma das casas pioneiras na disseminação da casta Pinot Noir na região, o eterno filho querido da casa Drappier? O que dizer de uma das poucas casas em Champanhe que trata as vinhas de forma orgânica e sustentada, sem pesticidas?

De todos os vinhos provados, este Brut Nature Zero Dosage foi aquele que mais nos emocionou pela pureza de aromas, pela atitude e elegância... mas também pela intransigência, dureza e segurança transmitidas. É um champanhe extreme da casta Pinot Noir, um vinho de primeira prensa, sem o acrescento de qualquer licor de expedição, sem artifícios de adega, puro e duro como a mãe natureza o criou. Tão puro que até a dose de sulfuroso do engarrafamento foi reduzida para quantidades minimalistas, para manter toda a verdade do vinho.

É um champanhe extremamente seco, muito suave na mousse, sem qualquer sintoma de desmesura gasosa, um champanhe delicado nos aromas de pêra e biscoito, discretamente citrino e especiado, incrivelmente elegante, persistente, estruturado, com um final de boca subtil mas interminável. Enorme!■

Por Rui Falcão

Disponível em www.winept.com
PVP €29,70



T Hotel Inovação na Sardenha

O edifício nasceu da megalomania da empresa estatal de telefones italiana ASST, no princípio dos anos 70. A estrutura, que na torre circular tem onze andares, ensombrou a cidade de Cagliari, capital da Sardenha, até ao ano 2002, quando foi adquirida por um grupo privado para a construção de um hotel. Com um investimento de 44 milhões de euros, o T Hotel ("T" significa Torre) é hoje um projecto emblemático para a cidade.

Este hotel design tem como tema o vidro, a água e um toque zen nas suas áreas comuns. A recepção circular, de grandes dimensões, e o enorme lobby têm os espaços lúdicos interligados, T Bar, T Bistrot e T Restaurant, apoiados por uma cozinha de seiscentos metros quadrados. O lobby tem permanentemente exposições de arte moderna, de designers ou mesmo de artesanato local. No exterior, a esplanada rodeada de água é um "must" para um final de tarde. Na cave, o inevitável SPA revestido com pedra local e um tecto simulando o céu e as estrelas.

A escolha do quarto requer algum estudo prévio. Em primeiro lugar, temos a escolha da cor - laranja, vermelho ténue, verde relaxante ou azul pálido. Depois, as mais diversas tipologias, desde o quarto clássico às júnior suites e às "big suites". A escolha recaiu no mais invulgar, a Tech Suite, em dois pisos com largos sofás e "escritório" na mezzanine. Extremamente simpático e agradável, sem dúvida, o lugar de eleição em Cagliari. Marque num dos sites de reserva de hotéis pela Internet para obter um valor inferior a cem euros por noite, com um pequeno-almoço muito agradável e completo.■



Colibri apostava no design



Corta-Charutos
PVP €38,00



**Isqueiro
Evoke**
PVP €41,00



**Isqueiro
Providence**
PVP €75,00

Janeiro de 2009 foi um mês negro para a conceituada marca de isqueiros Colibri, com sede no estado americano de Rhode Island. A falência deixou sem emprego 280 empregados. No entanto, dois meses depois, a empresa de joalharia de Nova York, Alliance Time, comprou a marca por umas dezenas de milhões de dólares.

A CigarWorld é, agora, importadora para Portugal desta marca. Um novo posicionamento mais competitivo e modelos com melhor design são aqui ilustrados.■

Um Romeo e uma Julieta Puros a dois

As fumadoras de charutos representam, em alguns mercados, quase 10% do segmento. Não podendo estar alheia a este facto, Cuba lançou uma nova vitola "Julieta", da marca que incorpora o mesmo nome, tendo como target as mulheres. Num esforço para ajudar os homens a não ficarem isolados fumando paulatinamente o seu charuto, este Julieta procura a cumplicidade das mulheres neste prazer, com a suavidade característica da marca. É um formato para desfrutar em cerca de quinze minutos, com um calibre fino de ring 33 e 120 milímetros de comprimento composto por folhas de tabaco apenas da região de Vuelta Abajo.

Em simultâneo, surge um "brinde" para o segmento masculino, o Wide Churchill, um charuto de ring 55 por 130 mm, ou seja, um diâmetro maior que o Churchill normal, de liga muito equilibrada e fortaleza média para uma hora de prazer. Com estes charutos o amor está sempre no ar.■



Cohiba Behike Novo Charuto “Fashion”

Behike, nome de um chefe índio da tribo Tainos, em Cuba, é agora o nome da nova linha de charutos da marca Cohiba. Apresentada com uma imagem moderna, sem as suas vogais, sob a sigla BHK, todas as caixas serão de madeira lacada e contêm apenas dez unidades. Dadas as características de maturação e qualidade das folhas de tabaco, oriundas das vegas de San Juan e San Luís, a sua procura deverá suplantar a oferta durante largos meses.

Com o lançamento cada vez mais rápido de novas linhas por parte dos concorrentes, a Habanos SA, depois de criar há dois anos a gama Cohiba Maduro 5, volta a alargar a oferta com três vitolas. Desta vez, apresenta com formatos muito “fashion” de diâmetros generosos, todos superiores a dois centímetros: BHK 52 (ring 52 x 119mm de comprimento), BHK 54 (ring 54 x 144 mm) e BHK 56 (ring 56 x 166 mm).

Como inovação de segurança, dada a Cohiba ser a marca mais fustigada pelas falsificações, a que o nosso país se tem mantido imune, a cinta do charuto incorpora pela primeira vez um holograma. O lançamento desta linha terá lugar em meados do ano.■



CigarWorld
The best of life

Director António Lobato de Faria . **Director Adjunto** Pedro Cunha Martins . **Colaborador** Rui Falcão . **Projecto gráfico** Fátima Gramaxo .

Propriedade CigarWorld, Lda . **Redacção** Av. Casal Ribeiro, nº18, 6º , Lisboa . **Tel.** 239 83 60 00 . **Fax** 239 82 82 82 **E-mail** revista@cigarworld.pt

NIF 504 192 477 . **Periodicidade** Quadrimestral . **Tiragem** 7500 Exemplares . **Tipografia** Ediliber, Lda . **Nº Depósito Legal** 256 891/07

Nº de Registo na E.R.C 125204

Editorial: o charme discreto das multinacionais

Escapadela: Londres em 2 dias

Museu Freddie Fox: um refúgio de cultura e tradição

Te-Amo: nova geração de charutos

Ernst Schneider: a globalização da Davidoff

Plasencia: raízes no tabaco há 159 anos

Drappier Brut Nature: champagne puro e duro

T Hotel: inovação na Sardenha

Colibri: renascer com novo design

Uma Julieta e um Romeo: puros a dois

Cohiba Behike: novo charuto "fashion"

CigarWorld

Telf: 808 10 2447

Fax: 239 82 82 82

info@cigarworld.pt

Loja 1:

El Corte Inglés . Piso O

Av. António Augusto Aguiar, nº31

1069-189 Lisboa - Portugal

Telf./Fax. 21 383 22 76

Loja 2:

El Corte Inglés . Piso -2

Av. da República, nº 1435

4430-999 Gaia - Portugal

Telf./Fax. 22 375 76 68